FOLIA 271

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia de Cultura 10(4) 2018
ISSN 2083-7275
DOI 10.24917/20837275.10.4.1

ROZPRAWY I STUDIA

Agnieszka Ogonowska
ORCID 0000-0001-6469-9242
Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN w Krakowie

Cyberpsychologia. Nowe perspektywy badania mediów i ich użytkowników

Cyberpsychologia (inacz. cybernetyczna psychologia) to relatywnie nowy obszar badań dotyczący związków człowieka i nowych technologii ujmowanych w perspektywie psychologicznej. Można przyjąć, iż wyłoniła się ona z subdyscypliny psychologii, jaką jest psychologia mediów i komunikowania lub też stanowi specyficzny jej obszar związany z internetem, rzeczywistością wirtualną (RV), rzeczywistością rozszerzoną (AR – *augmented reality*), badaniami nad doświadczeniem użytkownika (*user experience*), sztuczną inteligencją (AI – *artificial inteligence*), komunikacją/interakcją człowiek–komputer (HCI – *human-computer interaction*), człowiek-awatar, człowiek-robot, immersją, teleobecnością, doświadczaniem 3D, 4D, 5D itd. Zajmuje się również wpływem cyfrowych reprezentacji ludzi i środowiska na rzeczywiste postawy i zachowania społeczne jednostek w środowisku online, jak i offline (Power, Kirwan 2014; Suler 2016; Ogonowska 2018).

Badania cyberpsychologiczne znajdują z kolei zastosowanie w wielu sektorach: medycznym, psychologicznym, w projektowaniu nowych rozwiązań telekomunikacyjnych. Istotną rolę pełnią również w odniesieniu do produktów informatycznych w sektorze IT oraz w branży rozrywkowej opartej na przekazach audiowizualnych (kinematografia, rynek gier wideo, programy edukacyjne w sieci i na mobilnych nośnikach elektronicznych lub danych/aplikacjach dostępnych w tzw. chmurze).

Osobnym, lecz systematycznie rozwijającym się rynkiem usług i powiązanych z nimi badań z tego obszaru, jest symulacja zachowań jednostkowych i społecznych w środowiskach wirtualnych tematycznie poświęconych np. konkretnym środowiskom pracy lub wybranemu hobby. Symulacja oparta na określonym cyberśrodowisku może być także dostosowana do potrzeb osób z określonymi dysfunkcjami, które ćwiczą w jego ramach wybrane sprawności. Te zagadnienia są przedmiotem zainteresowania psychologii rewalidacyjnej i surdopedagogiki, a ich szczegółowe omówienie wykracza poza ramy tego artykułu.

Cyberpsychologia pojawiła się więc w odpowiedzi na rozwój nowych technologii, które stały się dominującym czynnikiem w kluczowych sektorach ludzkiego funkcjonowania: relacji społecznych, e-usług i różnych form komunikacji interpersonalnej. Istotnym kontekstem jej rozwoju był także wzrastający dostęp (od lat 90.

XX wieku) do nowych mediów, w tym internetu. Sieć stała się przestrzenią afektywnego przyciągania. W praktyce przełożyło się na relatywnie dużą liczbę użytkowników. Stali się oni dostarczycielami treści (na pierwszym etapie rozwoju medium), ale także – poprzez własną aktywność wpływali na media głównego nurtu oraz formy produktów i usług nowomedialnych, a później sami je tworzyli, niejako narzucając dużym korporacjom/agencjom medialnym pożądane wzorce/modele produktów (w drugiej fazie). Te oddolne aktywności użytkowników stały się atrybutem kultury Web 2.0/ Web 3.0, czy też kultury partycypacji.

Zjawiska te stały się „w pierwszym rzucie" przedmiotem zainteresowania medioznawców, socjologów mediów, politologów, komunikologów oraz kulturoznawców, by następnie wejść w sferę badań (głównie cząstkowych) reprezentujących nauki społeczne, np. pedagogiki medialnej czy psychologii mediów i komunikowania (Ogonowska, Ptaszek 2013; Ogonowska 2014; Ogonowska 2018). W tych dwóch ostatnich przypadkach kluczowym przedmiotem analiz jest wpływ mediów na człowieka (np. na efektywność procesu nauczania czy zachowania społeczne w przestrzeni online).

O historii rozwoju badań cyberpsychologicznych, jak również o obszarach strategicznych i czasopismach poświęconych tej tematyce można znaleźć informacje, np. w książce monograficznej Johna R. Sulera czy Mary Aiken (por. bibliografia). Jak zauważa ten pierwszy, cyberpsycholog i psycholog kliniczny o orientacji psychoanalitycznej (psychodynamicznej), współcześnie ekspansywnie rozwijają się czasopisma naukowe poświęcone psychologii cyberprzestrzeni oraz zachowaniom człowieka online. Należą do nich m.in.: „Cyberpsychology, Behavior and Social Networking" (wcześniej „Cyberpsychology and Behawior"); „Cyberpsychology: The Journal of Psychological Research", „International Journal of Cyberbehavior". Autorzy książki *An Introduction to Cyberpsychology* do tej listy dodają również: „Computers in Human Behavior", „Journal of Computer Mediated Communication", „Behavior and Information Technology", „New Media and Society", „Human Computer Interaction", „Interacting with Computers", „International Journal of Human-Computer Studies" oraz „Virtual Reality" i „Games for Health".

O randze tej nowej problematyki świadczy również fakt, iż została ona wprowadzona do programów nauczania na studiach wyższych, czego przykładem są takie uczelnie, jak: Instytut Sztuki, Designu i Technologii w Dun Laoghaire w Irlandii czy Uniwersytet Nottingham Trent w Wielkiej Brytanii. Jak dalej zaznacza Suler w swojej monografii, dynamicznie rozwijają się również centra badawcze dedykowane cyberpsychologii, np. Cyberpsychology Research (University of Wolverhampton); the University of Bolton Computer and Cyberpsychology Research Unit czy the Cyberpsychology Research Center w Institute of Leadership w Royal College of Surgeons w Londynie. Studia w tym obszarze oferują również uczelnie w Dublinie, Wolverhampton, Kolonii, Berlinie, Hamburgu, Wiedniu, Te wybrane przykłady (głównie z rynku brytyjskich usług edukacyjnych na studiach wyższych), jak również fakt, iż powstała w 2015 roku całkowicie nowa seria produkcji filmowych CBS, znana jako *CSI: Cyber* wskazują na dostrzeganie rangi tej problematyki w szerokim środowisku społecznym, także pozaakademickim (Suler 2016: 5–6). Problematyka cyberpsychologiczna znalazła swoje odzwierciedlenie także w takich polskich

produkcjach, jak: *Sala samobójców* i *Czarne lusterko* czy zagranicznych *Searching* oraz *Black mirror*.

Dlatego też w wielu publikacjach *implicite* lub *explicite* akcentuje się fakt, iż jest ona (cyberpsychologia), w pierwszym rzędzie, formą stosowanych badań psychologicznych (*applied psychology*), które niejako wyrosły z praktyki życia codziennego (Connolly i in., 2016). I dopiero na tym „praktycznym fundamencie" tworzone są nowe koncepcje, teorie i modele, które wydają się bardziej adekwatne do opisu funkcjonowania człowieka w różnych sferach cywilizacji medialnej. W edukacji akademickiej pojawiają się także moduły o nazwie psychologia stosowana w obszarze cyfrowych technologii (*Applied Psychology of Digital Technologies*); psychologia cyberprzestrzeni i zachowań online (*Psychology of Cyberspace and Online Behaviours*), badania kryminalistyczne w przestrzeni wirtualnej (*Computer Forensics*)[1].

Obok e-usług, których znacząca część ma swoje odpowiedniki „tradycyjne" (np. edukacja, psychoterapia, zakupy, hazard, usługi seksualne, medycyna), pojawiają się całkowicie nowe zjawiska, które „katalizowane", „inkubowane", „warunkowane" są przez cechy nowych mediów, np. zjawisko rozhamowania zachowań (*inhibition effect*, Aiken 2016) w sieci czy patologicznego użytkowania internetu i komputera (Ogonowska 2014). To ostatnie, jak słusznie zauważyła prekursorka badań z zakresu psychologii mediów, Kimberly Young, nie jest tożsame z żadną tradycyjną formą uzależnień behawioralnych, choć oczywiście – można wskazać na pewne podobieństwa pomiędzy nimi (Young 2009).

Pisząc o doświadczeniu użytkownika, w coraz większym stopniu odchodzi się od kategorii: „rzeczywistość realna – rzeczywistość wirtualna" na rzecz terminów: „rzeczywistość offline – rzeczywistość online". Dynamiczny rozwój nowych mediów wymaga również od badaczy wprowadzenia dodatkowych podziałów i rozróżnień, np. w odniesieniu do terminów: komunikacja synchroniczna/asynchroniczna czy komunikacja oparta na tekście elektronicznym/komunikacja oparta na kanałach audiowizualnych. To uszczegółowienie wykorzystywanej terminologii odgrywa istotne znaczenia np. w odniesieniu do metaanalizy skuteczności psychoterapii online (Ogonowska 2004; Ogonowska 2018a).

Ta zmiana nomenklatury, w wybranych kontekstach badań psychologicznych, wynika przede wszystkim z faktu, iż poziom indywidualnego zaangażowania w świat cyfrowy może być relatywnie większy niż w obiektywnie realną rzeczywistość społeczną (Ogonowska 2004). Widać to na przykładzie wirtualnych związków (Hamilton 2016) lub też aktywności związanych z graniem w sieci (Errity, Rooney, Tunney 2016). Niekiedy sam użytkownik traci taką orientację, co do rzeczywistego statusu ontologicznego świata, w którym aktualnie funkcjonuje oraz praktycznych konsekwencji swoich działań. Z takimi przypadkami spotykamy się najczęściej w odniesieniu do osób, u których obserwuje się, wspomniane wcześniej, patologiczne formy korzystania z internetu. Zjawisku „zacierania się granic między światami" sprzyja także multitasking intermedialny, który wymaga ciągłego i często

[1] https://www.ntu.ac.uk/study-and-courses/courses/find-your-course/social-sciences/pg/2018-19/msc-cyberpsychology (dostęp: 2.07.2018).

zautomatyzowanego przełączania (pola) uwagi pomiędzy różnymi aktywnościami, podmiotami/obiektami oraz środowiskami działania.

Psychologowie i medioznawcy, którzy prowadzą badania w tej perspektywie, posiłkują się także klasycznymi badaniami i teoriami psychologicznymi, głównie z zakresu psychologii społecznej, poznawczej, psychopatologii, neuropsychologii czy psychologii rozwojowej. Coraz liczniej pojawiają się również próby „przenoszenia" klasycznych eksperymentów do przestrzeni wirtualnej, aby pokazać, w jakim stopniu ten nowy kontekst wpływa na parametry zachowań badanych w porównaniu do wyników uzyskanych wcześniej, w rzeczywistości offline. Jak pokazały w 2006 roku badania Slatera i innych dotyczące wpływu mediów zastosowanych w komunikacji na zachowania społeczne to, czy posłużymy się samym tekstem, czy też wykorzystamy obraz i dźwięk oraz „twarz" awatara w wirtualnej wersji klasycznego eksperymentu Stanleya Milgrama, przekłada się na poziom empatii wobec osoby, odgrywającej rolę ucznia. W efekcie, także na gotowość „nauczycieli" do wymierzania kar. Eksperyment ten w dobitny sposób pokazuje, że rodzaj komunikacji oraz zastosowane w niej media mają istotny wpływa na realne działania ludzi (Barton 2016: 115).

Problem z rozwijaniem wiedzy z zakresu cyberpsychologii polega również na potrzebie ciągłej refleksji nad statusem i tożsamością tej hybrydalnej subdyscypliny, która z uwagi na przedmiot swoich badań, w wyraźny sposób korzysta z badań medioznawczych dedykowanych nowym mediom i ich specyficznym atrybutom. Konieczność utrzymania właściwych proporcji między wiedzą psychologiczną a medioznawczą jest w tym przypadku sprawą priorytetową. To z kolei wymaga od badacza niejako podwójnych kompetencji, i psychologicznych, i (nowo)medialnych. Rozwój cyberpsychologii daje również nową perspektywę do badań medioznawczych, kulturoznawczych, filozoficznych, socjologicznych czy dedykowanych sztuce/literaturze nowych mediów.

Nowe media od lat 90. XX wieku współtworzą dynamiczne środowisko życia człowieka, a współcześnie stają się także partnerem interakcji czy komponentem ludzkiego ciała (w projektach artystycznych i działaniach medycznych oraz prewencyjnych i penitencjarnych). Te zjawiska, obejmujące różne sfery ludzkiej egzystencji, prowokują do zadawania pytań na temat rzeczywistego wpływu technologii na emocje, uczucia, postawy i zachowania człowieka. Pojawiają się również wątpliwości, związane z psychologią egzystencjalną, a zatem pytania o kwestie tożsamości, autonomii i wolności człowieka, a także poczucia sensu jego życia w świecie zdominowanym przez nowe technologie, zdolne na dodatek symulować rzeczywiste emocje i formy komunikacji.

W odniesieniu do dosłownej inkorporacji technologii w organizm człowieka na aktualności zyskują także pytania dotyczące wewnątrz- i zewnątrzsterowności, i to nie tylko na poziomie wpływu społecznego, ale także biologicznego.

Nowe technologie służą także jako narzędzia i środowiska wykorzystywane do symulacji przyszłych stanów rzeczy; w związku z tym, na podstawie wyników obliczeń i przewidywań tych technologii podejmowane są działania zapobiegawcze, prewencyjne. Tym samym obszar autorytetu i autonomii technologii powiększa się,

gdyż ma ona namacalny wpływ na bliską i bardziej odległą przyszłość człowieka, na warunki jego życia[2].

Cyberpsychologia rozwija się zatem w odpowiedzi na istniejące i dynamicznie zmieniające się doświadczenia człowieka w cywilizacji medialnej, obecnie, w coraz większym stopniu określanej przez nowe media, interfejsy różnych technologii, które umożliwiają efektywne funkcjonowanie w przestrzeni społecznej czy też twory cyfrowe (awatary) lub roboty humanoidalne. Te ostatnie (awatary i roboty) wykorzystywane są w terapii, leczeniu i opiece (np. osób starszych). Ekspansywnie rozwija się także rynek usług terapeutycznych online, zwłaszcza w zakresie psychoterapii, poradnictwa psychologicznego oraz logoterapii. W tym kontekście pojawiają się m.in. pytania natury etycznej i pragmalingwistycznej. Jedną z powracających kwestii jest pytanie o ograniczenia komunikacji terapeutycznej online, które wynikają z cech nowego medium (Ogonowska 2018a).

Wraz z dynamicznym rozwojem nowych technologii, opartych na interaktywności, wirtualności, sieciowości, cyfrowości, hipertekstualności, konwergencji i komunikacji online w czasie rzeczywistym – nastąpiła również specjalizacja w obrębie cyberpsychologii, głównie z uwagi na pięć głównych kryteriów:

a) typ medium: stąd wyróżniamy: psychologię internetu, psychologię gier wideo, psychologię rzeczywistości online;
b) problem/zagadnienie: *user experience*, cyberprzemoc, patologiczne użytkowanie nowych technologii, sztuczna inteligencja, multiplikacja tożsamości online;
c) strategia użytkowania medium: immersja, teleobecność, *networking*, komunikacja sieciowa etc.
d) zastosowania: poradnictwo internetowe, diagnoza i terapia psychologiczna, grupy wsparcia w internecie; e-learning i nauczanie na odległość, wpływ procesów digitalizacji danych, cyfrowych repozytoriów informacji oraz e-usług na życie współczesnego człowieka;
e) metapoziom: postawy społeczne i zachowania wobec nowych technologii: cyberwykluczenie (przyczyny i skutki psychologiczne), cyberfobie etc.

Z uwagi na związki cyberpsychologii z innymi subdyscyplinami psychologii można wskazać np. na zjawiska:

- psychologia rozwojowa: wpływ wysokich technologii na rozwój dziecka w aspekcie językowym, komunikacyjnym, poznawczym, emocjonalnym, społecznym; rola mediów cyfrowych w komunikacji międzygeneracyjnej;
- psychologia poznawcza: *multitasking* i efektywność funkcjonowania człowieka w zakresie przetwarzania i zapamiętywania informacji z różnych źródeł;
- psychologia społeczna: wpływ technologii na procesy komunikacji społecznej, ekspresję emocji i uczuć, budowanie relacji; ze zjawisk niekorzystnych: agresja internetowa, cyberbullying, mowa nienawiści;
- psychologia kliniczna: rola nowych technologii w diagnostyce i terapii psychologicznej; polietiologiczne uwarunkowania patologicznego korzystania z mediów;

[2] Por. w tym kontekście brytyjski serial *Czarne lustro* (*Black Mirror* 2011–) oraz polski *Czarne lusterko* (2018–).

- psychologia zdrowia: profilaktyka zachowań regresywnych, ryzykownych i (auto)destrukcyjnych w cyberprzestrzeni; profilaktyka patologicznych form korzystania z komputera i internetu;
- neuropsychologia: wpływ doświadczeń medialnych (przekazów wielokodowych, polimodalnych) na aktywację poszczególnych ośrodków mózgowych i szlaków neuronalnych; wpływ nowych mediów na neurotypowe i nieneurotypowe funkcjonowanie człowieka;
- psychologia edukacji: znaczenie cyfrowych środowisk edukacyjnych dla rozwoju określonego typu umiejętności, kompetencji i wiedzy użytkowników, cyfrowe repozytoria wiedzy i informacji oraz ich rola w transferze idei oraz rozwoju osobowym jednostek;
- psychologia kulturowa: kulturowe uwarunkowania komunikacji medialnej oraz networkingu; kulturowe uwarunkowania strategii korzystania z mediów oraz preferencji względem określonych mediów społecznościowych.

Miniaturyzacja, ekonomiczna dostępność nowych technologii oraz ich mobilność i kompatybilność z innymi mediami cyfrowymi, z kolei przyczyniają się do rozwoju:

a) zjawisk charakterystycznych dla medialnego ekshibicjonizmu i voyeuryzmu; w kontekście cyberpsychologii istotne jest badanie motywacji użytkowników do takich działań; ich wpływu krótko – i długoterminowego na zachowania i emocje człowieka;
b) cyberinwigilacji powiązanej z cyberprzestępczością, cyberkontrolą oraz cyberseksualnością i cybererotyką;
c) widocznością, transparentności medialną oraz psychologicznymi konsekwencjami tych zjawisk;
d) narcyzmem, ideologią transformacji i kulturą „selfie" (*self-made man*) oraz ich rolą w powstawaniu produkcji medialnych dedykowanych tym zagadnieniom;
e) społeczeństwa i społeczności zatomizowanych (*disconneted society*), które najczęściej skupione są wokół danego produktu lub usługi medialnej.

Tabela 1. Wybrane subdyscypliny psychologii i przykładowe tematy badań medioznawczych z pogranicza *media studies* oraz cyberpsychologii

Subdyscyplina psychologii	Tematy badań (przykłady)
Psychologia osobowości	E-osobowość; e-tożsamość: strategie autokreacji w sieci w różnych grupach społecznych (wiekowych, zawodowych, subkulturowych, narodowych etc.)
Psychologia emocji i motywacji	Wpływ reklamy sieciowej na zachowania konsumpcyjne użytkowników; medialna infrastruktura marketingu w sieci a częstotliwość korzystania z poszczególnych aplikacji; analiza treści i struktury bloga oraz wszelkiej twórczości a hierarchia potrzeb jego autora
Psychologia rozwojowa	Wpływ cyberprzestrzeni na poziom kompetencji językowych, komunikacyjnych, kulturowych, społecznych określonej wiekowo grupy użytkowników; badania podłużne dotyczące zmian poziomu i zakresu tych kompetencji w określonej perspektywie czasowej

Psychologia kliniczna	Usługi psychologiczne i psychoterapeutyczne online: uwarunkowania medialne i technologiczne; wpływ kompetencji medialnych i cyfrowych na efektywność ww. działań; patologiczne formy korzystania z mediów
Psychologia społeczna	Dynamika grupy online; wpływ grupy wirtualnej na zachowania jednostki w przestrzeni online i offline: analiza infrastruktury medialno--komunikacyjnej i narzędzi retorycznych; język nowych mediów, cechy środowiska wirtualnego a rozhamowanie zachowań użytkowników sieci
Psychologia mediów i komunikowania	Ekshibicjonizm i wojeryzm medialny: uwarunkowania medialne i kulturowe; wpływ mediów tradycyjnych i nowych mediów na jednostkę; modelowanie zachowań poprzez media;
Neuropsychologia	Wpływ nowych technologii (poszczególnych aplikacji, produktów) na aktywność ośrodków mózgowych (np. ośrodka przyjemności, ośrodków mowy, neuronów lustrzanych) oraz na poziom neurotransmiterów w perspektywie motywacji użytkowników do korzystania z tych medialnych rozwiązań
Psychologia pracy (biznesu)	Rola przyjaznych interfejsów w projektowaniu inteligentnych środowisk telepracy; projektowanie różnych produktów, miejsc, środowisk komunikacyjnych w sieci
Psychologia zdrowia	Strategie promowania zachowań prozdrowotnych w sieci oraz badania ich efektywności pod kątem zastosowanych rozwiązań technologiczno--medialnych; demarketing zachowań szkodliwych dla zdrowia psychicznego i fizycznego użytkowników mediów: przegląd zastosowanych strategii medialnych

Źródło: Opracowanie własne

Badania z zakresu cyberpsychologii bazują nie tylko na „tradycyjnych" subdyscyplinach tej nauki, lecz także odwołują się do – utrwalonych już w świadomości badawczej i tradycji akademickiej – paradygmatów, by wymienić najbardziej reprezentatywne: psychodynamiczny, behawioralny, poznawczy (kognitywny), neurobiologiczny (medyczny), humanistyczny czy antropologiczno-kulturowy. Każdy z nich, jak wiadomo, w specyficzny sposób „mapuje", profiluje problemy i przyjęte strategie badawcze oraz wskazuje na możliwości praktycznej aplikacji uzyskanych wyników. W związku z tym, nawet najbardziej ogólne pytania, wskazujące na przedmiot zainteresowań cyberpsychologii, w rodzaju:

– jak ludzie reagują na cyberprzestrzeń oraz nowe media?
– jak wchodzą ze sobą w interakcje online?
– jak zachowują się w grupach i wspólnotach wirtualnych oraz jakie czynniki wpływają na te zachowania?
– na czym polega normalne i dewiacyjne (aberracyjne) zachowanie w cyberprzestrzeni i co je warunkuje?
– jak cyberprzestrzeń promuje pozytywne zachowania i sferę e-usług?,

można sprowadzić do ram wybranego paradygmatu. Czyni tak np. J.R. Suler w książce *Psychology of the digital age. Humans become electric* odwołując się do paradygmatu psychodynamicznego. W tym ujęciu zwraca się uwagę na osobowościowe uwarunkowania korzystania z sieci oraz poszczególnych usług internetowych; bada się relacje międzyludzkie oraz tzw. dynamikę grup wirtualnych; wpływ nieświadomości

na aktywność w cyberprzestrzeni, w tym zachowania dewiacyjne. Niezwykle ważne są także zagadnienia dotyczące tożsamości, w rodzaju:
- co ukrywam (jak użytkownik cyberprzestrzeni), a co ujawniam o sobie w kontekście różnych aktywności online?
- jakie elektroniczne narzędzia i cyfrowe środowiska wykorzystuję do komunikacji społecznej, np. kiedy tworzę w sieci swój wizerunek i nim zarządzam lub decyduję się na inną formę wyrażania siebie?
- w jakim stosunku pozostaje w tych działaniach moje „ja-realne" do „ja-idealnego"?
- jak tworzę i w jakich okolicznościach wyidealizowane wersje mojej tożsamości?
- jakie negatywne aspekty mojej tożsamości ujawniam w sieci poza moją świadomą kontrola (poza autocenzurą ego)?
- kiedy w relacjach społecznych online wybieram opcję, by być niewidoczny dla innych użytkowników sieci lub anonimowy? (Suler 2016; Aboujaude 2012).

Technologie, związana z nimi infrastruktura oraz konkretne interfejsy, usługi, programy, boty, cyfrowi asystenci, jak ukazują badania prowadzone w tym psychodynamicznym nurcie, mogą również dopełniać naszą jaźń, pełniąc rolę tzw. *self object transferences*, o jakich pisał Heinz Kohut (1977; 1980). Istotną rolę w tym kontekście odgrywają: wyboru konkretnego typu awatara, który funkcjonuje w roli takiego „dopełniającego obiektu" oraz motywacji indywidualnych, które stoją za takim wyborem. Interesujący jest również pogląd Sulera, który zakłada, iż „przenosimy na technologie" postawy, uczucia i oczekiwania, które wynieśliśmy z rodzinnego domu w odniesieniu do tzw. osób znaczących. Awatar odzwierciedla również naszą osobowość oraz pozwala ujawniać jej ukryte aspekty (wyparte potrzeby i pragnienia). Te ostatnie dotyczyć mogą zachowań agresywnych i (auto)agresywnych, ale także transgenderowych, związanych z możliwością funkcjonowania online w (kostiumie) innej płci biologicznej.

Poszczególne paradygmaty współcześnie łączą się i znajdują zastosowanie w ramach różnych subdyscyplin psychologii, co w efekcie wpływa na rozpiętość tematyczną i bogactwo metodologiczne badań cyberpsychologicznych. Zjawisko to ilustruje na dwóch wybranych przykładach tabela 2.

Tabela 2. Paradygmaty: poznawczo-behawioralny i neurobiologiczno-kognitywny w psychologii klinicznej oraz ich implikacje dla badań cyberpsychologicznych oraz medioznawczych

Paradygmat	**Tematy badań cyberpsychologicznych (przykład)**	**Tematy badań medioznawczych (przykład)**
Poznawczo-behawioralny	Charakterystyka terapii poznawczo-behawioralnej w leczeniu patologicznych form korzystania z internetu i komputera	Właściwości cyberśrodowiska i komunikacji online warunkujące patologiczne formy korzystania z internetu i komputera
Neurobiologiczno-kognitywny	Wpływ wysokich technologii na proces nabywania języka przez dzieci w okresie poniemowlęcym	Struktura i treść przekazów audiowizualnych adresowanych do dzieci w wieku poniemowlęcym oraz typ implikowanych przez przekaz kompetencji poznawczych i medialnych u dzieci

Źródło: Opracowanie własne

Paradygmat psychodynamiczny, jak sugestywnie wskazuje również Suler, może przybrać również formę społecznej psychoanalizy. Najpełniej wyrażają ją następujące pytania:

– dlaczego w kontaktach społecznych z konkretnymi użytkownikami decyduję się wyłącznie na opcję online, a z innymi wyłącznie offline? (Suler 2016: 32);
– kiedy w kontaktach online mam poczucie, że rozumiem intencje, emocje i uczucia innych osób adekwatnie, a kiedy nie? (Suler 2016).

Obiecujące poznawczo są również propozycje „sprofilowania" tego paradygmatu do badań poświęconych dynamice grupy online. W tym kontekście pojawiają się pytania dotyczące indywidualnych motywacji do funkcjonowania w grupach, skupiskach, wspólnotach tego rodzaju oraz poszczególnych faz/etapów/ strategii rozwoju grupy, które mogą prowadzić do jej stabilizacji lub rozpadu, bądź też rozbicia pierwotnej struktury na mniejsze zespoły (Suler 2016: 263) (tab. 3).

Tabela 3. Paradygmat, słowa klucze, strategie badania mediów i ich użytkowników [wybrane przykłady]

Paradygmat psychologiczny	Słowa klucze	Strategie badania mediów i ich użytkowników
Paradygmat psychodynamiczny	Nieświadomość, konflikty psychiczne, osoby znaczące, mechanizmy obronne osobowości	Motywacje użytkowników do tworzenia alternatywnych form e-osobowości w sieci; osobowościowe i rodzinne uwarunkowania zachowań regresyjnych w cyberprzestrzeni
Paradygmat behawioralny	Zachowanie jako reakcja na bodźce, warunkowanie zachowań, procesy uczenia się, wpływ środowiska na aktywność jednostki	Wpływ środowiska online na zachowania społeczne użytkowników; środowiskowe uwarunkowania cyberprzemocy i zachowań prospołecznych; wpływ internetowych form wsparcia na zachowania użytkowników w przestrzeni offline
Paradygmat humanistyczny	Rozwój człowieka, autonomia, wolność działań, transgresja	Medialne projekty tożsamościowe w sieci; wykorzystywanie cyberprzestrzeni do pokonywania barier związanych z niepełnosprawnością, rozwój indywidualnego i grupowego potencjału w projektach społecznościowych online
Paradygmat biologiczno-medyczny	Wpływ konstytucji psychofizycznej człowieka na sferę jego zachowań, emocji i uczuć; genetyczne uwarunkowania predyspozycji psychofizycznych oraz chorób psychicznych, psychosomatycznych, somatopsychicznych	Psychologiczne uwarunkowania i konsekwencje cyborgizacji człowieka (medycyna, projekty artystyczne, rozwój zawodowy); wpływ technologii na rozwój chorób cywilizacyjnych; wpływ cyberśrodowiska na organizm człowieka (jego funkcje, struktury)
Paradygmat poznawczy (kognitywny)	Procesy poznawcze (np. zapamiętywanie, myślenie, percepcja wzrokowa, rozwiązywanie problemów, podejmowanie	Wpływ multitaskingu na efektywność przetwarzania informacji; wpływ intermodalnego kodowania informacji na

	decyzji, kreatywność) i językowo-komunikacyjne; ich uwarunkowania wewnętrzne związane z jednostką oraz środowiskowe, wynikające z kontekstów jej życia	jej zapamiętywanie[3]; nowomedialne uwarunkowania kompetencji językowo--komunikacyjnych użytkowników; wpływ wysokich technologii na rozwój poznawczy i językowo-komunikacyjny dzieci
Paradygmat antropologiczno--kulturowy	Wpływ procesów kulturowych o zasięgu: regionalnym/lokalnym, krajowym, międzynarodowym, globalnym na zachowania człowieka	Podobieństwa i różnice w zachowaniu globalnych nastolatków w różnych krajach; postawy użytkowników wobec nowych technologii i zastosowanie tych informacji w projektowaniu przyjaznych interfejsów oraz robotów humanoidalnych i animalnych; wiedza psychologiczne, medialna i kulturoznawcza w społecznej informatyce

Źródło: Opracowanie własne

Co warte podkreślenia, badania dedykowane zachowaniom ludzkim w cyberprzestrzeni stanowią również aspirację do wielu badań dedykowanych analogicznym zagadnieniom, ale w przestrzeni offline.

Cyberpsychologia, jak wspomniano wcześniej, daje również możliwość podejmowania badań szczegółowych, które dotyczą motywacyjnych i osobowościowych uwarunkowań korzystania z mediów społecznościowych i produktów/usług nowomedialnych sprzyjających ujawnianiu lub konstruowaniu self/ja, oraz komentowaniu rzeczywistości społecznej, np. blogi, Facebook, Snapchat czy Twitter.

Wykorzystanie komunikacji online w edukacji i terapii stawia z kolei pytania o zalety i ograniczenia takich form komunikacji społecznej, które podporządkowane są uzyskaniu konkretnych celów, np. podwyższenia poziomu kompetencji, umiejętności i wiedzy czy też poprawy zdrowia psychicznego. W tym kontekście zwraca się uwagę na postawy poszczególnych grup użytkowników (np. terapeutów i ich klientów/pacjentów; edukatorów i uczniów) wobec sieci oraz kompetencje cyfrowe, społeczne, językowo-komunikacyjne niezbędne do uczestniczenia w tych procesach (O'Connell, Kirwan 2014; Osborn, Flood 2014; Aiken, Kirwan 2014; McDonnell, Rooney, Flood 2014; Dalton, Connolly, Palmer 2014; Tierney, Palmer 2014; Mavropalias, Brady 2014; Ogonowska 2018a).

Cyberpsychologia otwiera zatem nowe możliwości badań dla kulturoznawstwa i medioznawstwa oraz kulturoznawczo sprofilowanej psychologii mediów i komunikowania (Ogonowska 2016; 2018). Zwracając uwagę na złożone relacje między człowiekiem a nowymi technologiami i cyberprzestrzenią, pozwala na nowo uchwycić rolę człowieka jako kreatora i narratora mediów, który sytuuje się na różnych pozycjach wobec obiektu i efektu swoich działań. Raz jest beneficjentem technologii i cyberśrodowiska oraz funkcjonujących w nim podmiotów, innym razem – także za sprawą właściwości sieci – ofiarą, świadkiem cyberprzemocy czy nawet agresorem.

[3] Kodowanie intermodalne – reprezentacja tej samej informacji za pomocą różnych układów bodźcowych oraz bardziej złożonych i uporządkowanych komunikatów, z przeznaczeniem dla różnym zmysłów oraz neuronalnych dróg przetwarzania tych informacji i zapisywania ich w pamięci odbiorcy.

Funkcjonuje także w wielu innych rolach, w ramach różnych e-usług oraz powiązanych z nimi form zmediatyzowanej komunikacji społecznej.

Tabela 4. E-usługi jako przedmiot badań medioznawczych z wykorzystaniem analiz cyberpsychologicznych (wybór)

Typ e-usługi	Temat badań medioznawczych	Kluczowe zagadnienie z obszaru cyberpsychologii
Edukacja (np. e-learning)	Kompetencje medialne i cyfrowe w edukacji online	Poznawcze i osobowościowe uwarunkowania efektywności uczenia (się) online
Terapia psychologiczna (np. terapia online)	Kompetencje cyfrowe i medialne u uczestników terapii online a strategie i formy komunikacji terapeutycznej	Osobowościowe i środowiskowe uwarunkowania komunikacji terapeutycznej w cyberprzestrzeni
Praca (np. telepraca)	Formy interfejsu i infrastruktura środowiska pracy online w poszczególnych sektorach gospodarki: różnice i podobieństwa	Badania z zakresu user experience w projektowaniu przyjaznego interfejsu i efektywnej infrastruktury środowiska pracy online
Sprawy urzędowe (np. dokonywanie operacji finansowych online; komunikacja online z urzędnikami)	Rozwiązania technologiczno--komunikacyjne w poszczególnych sektorach komunikacji publicznej i ich efektywność	Psychologiczne uwarunkowania gotowości do korzystania z aplikacji internetowych i cyberśrodowiska w komunikacji z urzędami

Źródło: Opracowanie własne

Psychologia, czyniąc głównym obiektem swoich zainteresowań człowieka i jego zachowania, narzuca innym badaczom mediów perspektywę *apriori* antropocentryczną, dzięki czemu zostają zachowane proporcje między człowiekiem jako twórcą cyfrowego środowiska a technologią, która systematycznie się autonomizuje, wyzwala spod kontroli człowieka, przejmując systematycznie także panoptyczną władzę nad środowiskiem offline. Złożony charakter tych procesów, ujmowanych kompleksowo jako relacja człowiek–media–technologie wymaga, zwłaszcza współcześnie, refleksji i badań inter- i transdyscyplinarnych, cząstkowych i całościowych, wykorzystujących metody ilościowe i jakościowe oraz specjalistów reprezentujących różnorodne paradygmaty badawcze w ramach własnych dyscyplin.

Cyberpsychologię należy postrzegać jako subdyscyplinę wewnątrz psychologii (gdyż sytuuje się ona „między" różnymi tradycyjnymi subdyscyplinami tej nauki), jak i poza jej granicami (gdyż badania z tego zakresu lokują się na przecięciu psychologii, medioznawstwa, filmoznawstwa i wielu innych).

O rozwojowym i właśnie transgresyjnym charakterze (cyber)psychologicznych badań nad mediami świadczy historia nauki. Początkowo, na przełomie XIX i XX wieku, a później do połowy XX wieku, psychologowie uczestniczyli głównie w projektach interdyscyplinarnych dedykowanych badaniu mediów, następnie tworzyli krok po kroku podwaliny własnej subdyscypliny, zwanej psychologią mediów i komunikowania (Ogonowska 2018), by następnie w 1986 roku – za sprawą Amerykańskiego Towarzystwa Psychologicznego – powołać Towarzystwo Psychologii Mediów (tzw.

sekcja 46 APA). W 2012 roku zmieniło ono nazwę na Towarzystwo Psychologii Mediów i Technologii, co wiązało się właśnie z rozwojem nowych mediów społecznościowych oraz wzrastającym wpływem nowych technologii na wiele kluczowych sektorów życia społecznego.

Badania kulturoznawcze dedykowane tym nowym zjawiskom są również potrzebne psychologom. Wyniki tych studiów i analiz funkcjonują jako rodzaj narracji, która mapuje psychologom potencjalne obszary cząstkowych badań naukowych. Rezultaty tych badań w całości składać się będą na mozaikowy obraz sytuacji człowieka w XXI wieku i stanowić punkt wyjścia do dalszych analiz poświęconych ewolucji technologii i człowieka oraz powiązanych z nimi środowisk i bytów o różnym statusie ontologicznym.

Bibliografia

Aboujaude Elias. 2012. Wirtualna osobowość naszych czasów. Mroczna strona e-osobowości. R. Andruszko (przeł.). Kraków.

Aiken Mary. 2015. Cyberpsyched. New York.

Aiken Mary. 2016. The Cyber Effect. New York.

Aiken Mary, Kirwan Gráinne. 2014. The psychology of cyberchondria and "Cyberchondria by Proxy". W *Cyberpsychology and New Media: A Thematic reader*. A. Power, G. Kirwan (eds.). New York. 158–169.

Attrill Alison (ed.). 2015. Cyberpsychology. Oxford.

Barak Azy (ed.). 2008. Psychological aspects of cyberspace. New York.

Barton Hannah. 2016. Persuasion and Compliance in Cyberspace. W *An Introduction to Cybepsychology*. I. Connoly, M. Palmer, H. Barton, G. Kirwan, (eds.). New York. 65–79.

Dalton Genevive, Connolly Irene, Palmer Marion. 2014. Capturing lectures: Using multimedia lecture captures to promote learning. W *Cyberpsychology and New Media: A Thematic reader*. A. Power, G. Kirwan (eds.). New York. 185–194.

Hamilton Fox Nicola. 2016. Love and relationship online. W *An Introduction to Cyberpsychology*. I. Connoly, M. Palmer, H. Barton, G. Kirwan (eds.). New York. 189–201.

Jenkins Henry. 2007. Kultura partycypacji. Zderzenie starych i nowych mediów. M. Bernatowicz, M. Filiciak (przeł.). Warszawa.

Kirwan Gráinne, Power Andrew. 2013. Cybercrime: The psychology of online offenders. New York.

Kohut Heinz. 1977. The restoration of the self. Madison. Chicago.

Kohut Heinz. 1980. Self psychology and the humanities. New York.

Livingston Sonia. 2013. Childrens and the Internet. Boston.

Mavropalias Kostas, Brady Ellen. 2014. Social bits: Personality and learning-style profiling via the social web. W *Cyberpsychology and New Media: A Thematic reader*. A. Power, G. Kirwan (eds.). New York. 215–228.

Meadows Mark Stephen. 2008. I, Avatar: The culture and consequences of having a second life. Berkley.

McDonnell Dean, Rooney Brendan, Flood Cliona. 2014 Attitudes to computerised psychotherapy: A survey of psychotherapists. W *Cyberpsychology and New Media: A Thematic reader*. A. Power, G. Kirwan (eds.). New York. 170–182.

Norman Kent L. 2008. Cyberpsychology: An introduction to human-computer interaction. New York.

O'Connell Richard, Kirwan Gráinne. 2014. Protection Motivation Theory and online activities. W *Cyberpsychology and New Media: A Thematic reader*. A. Power, G. Kirwan (eds.). New York. 139–148.

Ogonowska Agnieszka (red.). 2016. Człowiek i medium. Kraków.

Ogonowska Agnieszka. 2004. Galaktyka po Gutenbergu…? Reportaż z podróży kulturowych. Kraków.

Ogonowska Agnieszka. 2018. Psychologia mediów i komunikowania. Wprowadzenie. Kraków.

Ogonowska Agnieszka. 2018a. „(Cyber)psychologiczne i medialne uwarunkowania psychoterapii indywidualnej online". Psychoterapia nr 3(186). 65–80.

Ogonowska Agnieszka. 2014. Uzależnienia medialne czyli o patologicznym korzystaniu z mediów. Kraków.

Ogonowska Agnieszka, Ptaszek Grzegorz (red.). 2013. Współczesna psychologia mediów. Nowe problemy i perspektywy badawcze. Kraków.

Osborn Andy, Flood Cliona. 2014. Establishing an online counselling service for substance use: An exploratory studie. W *Cyberpsychology and New Media: A Thematic reader*. A. Power, G. Kirwan (eds.). New York. 149–157.

Power Andru, Kirwan Gráinne (red.). 2014. Cyberpsychology and New Media: A Thematic reader. New York.

Reeves Byron, Nass Clifford. 2003. The media equation: How people treat computers, television, and new media like real people and places. Stanford.

Tierney Roy, Palmer Marion. 2014. Participation, interaction and learner satisfaction in a professional practice wiki for teachers. W *Cyberpsychology and New Media: A Thematic reader*. A. Power, G. Kirwan (eds.). New York. 195–214.

Young Kimberly. 2009. Uwolnić się z sieci: uzależnienie od Internetu. G. Pindur (przeł.). Katowice.

Streszczenie

Celem artykułu jest syntetyczne przedstawienie genezy i kierunków rozwoju cyberpsychologii oraz jej związków z innymi dyscyplinami nauki, jak również wskazanie możliwości wykorzystania badań cyberpsychologicznych w studiach i analizach medioznawczych poświęconych nowym mediom oraz ich użytkownikom.

Cyberpsychology. New perspectives in researching media and their users

Abstract

The aim of the article is a synthetic presentation of the origins and directions of development of cyberpsychology and its relationships with other disciplines of science, as well as the indication of the possibility of using cyberpsychological research in media studies and analyzes dedicated to new media and their users

Słowa kluczowe: cyberpsychologia, psychologia mediów i komunikowania, badania nad użytkownikami mediów, medioznawstwo w perspektywie psychologicznej

Keywords: cyberpsychology, psychology of media and communication, research on media users, media science in a psychological perspective

Agnieszka Ogonowska, prof. dr hab. – absolwentka psychologii (Wydział Filozoficzny UJ; specjalizacja: psychologia kliniczna dzieci i młodzieży) i filmoznawstwa (Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ); Kierownik: Katedry Mediów i Badań Kulturowych w Instytucie Filologii Polskiej na Uniwersytecie Pedagogicznym im. KEN w Krakowie, Ośrodka Badań nad Mediami UP oraz Zespołu Badań ds. Psychologii Mediów i Edukacji Medialnej w ramach Ośrodka Badań nad Mediami; ekspert komisji sejmowej ds. przeciwdziałania przemocy w mediach (Komisja Stała/Komisja Polityki Społecznej i Rodziny – IV kadencja Sejmu RP); współpracownik Polskiego Komitetu ds. UNESCO. Prowadzi zajęcia naukowe i warsztaty, głównie dla pracowników sektora oświaty z zakresu: edukacji medialnej, komunikacji społecznej, psychologii klinicznej dzieci i młodzieży oraz uzależnień behawioralnych w obszarze mediów. Organizatorka kilkudziesięciu konferencji, kongresów oraz sympozjów naukowych i szkoleniowych poświęconych: nowym mediom, psychologii mediów i komunikowania, uzależnieniom od nowych technologii, wpływowi wysokich technologii na rozwój dzieci i młodzieży, edukacji medialnej. Obecnie prowadzi badania nad neuropsychologicznymi i socjokulturowymi uwarunkowaniami uzależnień behawioralnych. Autorka 11 monografii naukowych poświęconych tym kwestiom, m.in.: *Komunikacja i porozumienie. Sztuka bycia razem, tworzenia więzi i rozwiązywania konfliktów* (2015), *Uzależnienia medialne, czyli o patologicznym wykorzystaniu mediów i ich wpływie na nasze zdrowie oraz życie naszych dzieci* (2014), *Współczesna edukacja medialna. Teoria i rzeczywistość* (2013), *Przemoc ikoniczna: zarys wykładu* (2004). Pisze również artykuły dla: „Remedium", „Świata Problemów", „Niebieskiej Linii". Jest założycielką i redaktorką merytoryczną dwóch serii wydawniczych: „Psychologia Stosowana" oraz „Kultura i Społeczeństwo" w Wydawnictwie Edukacyjnym w Krakowie. Pełni funkcję redaktor naczelnej czasopisma naukowego „Studia de Cultura".